

PRESSEMITTEILUNG

Bergheim, Dezember 2008

Markendifferenzierung bei Fleischmann und Roco

Die beiden Marken bieten in Zukunft ein sich ergänzendes Sortiment an. Jede Marke konzentriert sich auf ihre gewachsenen Stärken und entwickelt dadurch für den Modelleisenbahner noch mehr Attraktivität.

Die beiden mehrheitlich der Modelleisenbahn Holding GmbH gehörenden Unternehmen Fleischmann und Roco haben ihren Markendifferenzierungsprozess abgeschlossen. Mit Jahresbeginn 2009 werden beide Marken in Sortiment und Philosophie deutlich unterschieden, aber gemeinsam in einem Unternehmen vertrieben. „Wir festigen die Stärken der beiden Marken und liefern sowohl dem Modelleisenbahner als auch dem Fachhandel ein noch attraktiveres Angebot, als es jede Marke einzeln bisher vermocht hat“, betont der für den Vertrieb der beiden Marken zuständige Geschäftsführer Reinhold Ott, heute, Freitag, 5. Dezember in einer Aussendung in Bergheim bei Salzburg.

Die beiden Unternehmen, Fleischmann GmbH & Co KG sowie Roco Modelleisenbahn GmbH, an denen die Modelleisenbahn Holding die Mehrheit der Eigentumsanteile hält, bleiben weiterhin rechtlich und operativ selbständig. Ab 2009 bedienen sie sich aber eines einzigen Unternehmens beim Vertrieb der beiden Kollektionen, um eine höchst zweckmäßige Synergie zwischen den Schwesterunternehmen mit führender Stellung auf den europäischen Märkten für Modelleisenbahnen zu heben. Dies setze aber voraus, betonte Ott weiter, dass sich die beiden gemeinsam vertriebenen Marken in ihren Märkten mit einem klar unterschiedlichen Profil präsentieren: „Weil wir uns in Zukunft auf die Stärken der jeweiligen Marke konzentrieren, können wir unsere Märkte beim Modellprogramm und bei den jeweiligen Produktstärken noch besser bedienen.“

Roco: Dynamik, Innovation, Begeisterung.

Im Zentrum der Markenwerte von Roco stehen die Kraft zur Vision und zur Innovation. Technische Lösungen bei der Antriebs- und Motorentechnologie oder bei der Digitalisierung sind dafür beispielhaft. Das Sortiment ist gekennzeichnet von starker Internationalität und einem umfangreichen Zubehörsortiment. Die Qualität spiegelt sich unter anderem im hohen Detaillierungsgrad und in der exakt maßstabsgetreuen Ausführung. Diese Markenwerte werden in Zukunft noch stärker hervorgehoben.

Das künftige Roco-Sortiment zeichnet sich also aus durch:

- Vollsortiment Spur H0
- Modelle in TT
- Wechselstrommodelle
- internationale Modelle, nationale Modelle ab Epoche 5
- technische Innovationen

Fleischmann: Tradition, Präzision, Passion.

Mehr als 120 Jahre Unternehmenstradition sind ein unüberbietbarer Trumpf in Sachen Erfahrung, Know-how und Originaltreue. Die Marke Fleischmann steht künftig für:

- Marktführerschaft und Vollsortiment in Spur N
- Spezialisierung in Spur H0: Historische deutsche Länderbahnen, nostalgische Modelle
- traditionelles Markenverständnis

Diese Markendifferenzierung ist in der Neuheitenplanung für 2009 bereits eingegangen. Die komplette Sortimentsanpassung wird zwei bis drei Jahre in Anspruch nehmen. Unter anderem wird Roco ab sofort keine N-Modelle mehr anbieten, umgekehrt aber alleine ein TT-Sortiment im Portfolio haben. In H0 wird Roco bei Neuentwicklungen den Waggonmaßstab 1:100 aufgeben und künftig für seine Personenwagen den Maßstab 1:87 verwenden. Fleischmann behält bei den Personenwagen in H0 den Längenmaßstab 1:93,5.

Fachhändler im Zentrum

„Wir beweisen mit dieser Differenzierung, was es heißt, zwei starke Marken selbstständig zu führen. Beide können jetzt unabhängig voneinander ihre Stärken voll entwickeln und die jeweiligen Segmente auf neue Höhen führen. Der Tanz auf zu vielen Hochzeiten ist beendet“, sagte Ott.

Die Markendifferenzierung ist nur ein Teil der umfassenden Strategie von Roco und Fleischmann, seit sie unter einem gemeinsamen Eigentümerdach leben. Die Unternehmen werden weiterhin einen eigenen Unternehmenssitz haben, selbständig auf eigenen Anlagen produzieren und eine eigenständige Sortimentspolitik betreiben. Synergien sollen gehoben werden – durch den gebündelten Einkauf, gemeinsame Entwicklungsprojekte und den Vertrieb durch eine Gesellschaft mit einer statt zwei Außendienstmannschaften. Der Fachhandel ist unverändert der exklusive Vertriebspartner, der von beiden Herstellern maximal unterstützt wird.